

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO**  
**FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PAREDES QUE DICEN: El graffiti como práctica de comunicación**

**Análisis del graffiti en la ciudad de Rosario.**

**ANA CLARA HERNÁNDEZ**

Tesis de grado

Licenciatura en Comunicación Social

Directora: Lic. María Clara López Verrilli

Rosario, Octubre de 2017

**“Pienso, entonces lo escribo  
en una pared (sin que me vean)”**

Geno Díaz

## ÍNDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>4</b>
 <b>Capítulo I.....</b>	<b>7</b>
Antecedentes.....	8
Un poco de historia.....	9
El graffiti en Latinoamérica.....	11
Ciudad y comunicación.....	12
Una clasificación posible.....	13
 <b>Capítulo II.....</b>	<b>18</b>
La Modernidad y el graffiti.....	19
Ciudad y espacio urbano.....	20
Graffiti y territorio.....	23
La ciudad comunicación.....	25
 <b>Capítulo III.....</b>	<b>27</b>
Un análisis posible.....	28
Caso 1.....	30
Caso 2.....	37
Caso 3.....	41
 <b>Reflexiones.....</b>	<b>47</b>
 <b>Anexo.....</b>	<b>52</b>
Entrevista a Dimas Notas.....	52
 <b>Bibliografía.....</b>	<b>54</b>

*“Y encontramos aquí nuevamente la vieja intuición de Víctor Hugo: la ciudad es una escritura; quien se desplaza por la ciudad, es decir, el usuario de la ciudad (que somos todos) es una especie de lector que, según sus obligaciones y sus desplazamientos, aísla fragmentos del enunciado para actualizarlos secretamente”.*

(Barthes, 1985)

## INTRODUCCIÓN

Si bien la práctica del graffiti tiene antecedentes milenarios, en Argentina, en los últimos años, ha irrumpido con fuerza en el espacio urbano de medianas y grandes ciudades, convirtiéndose para muchos ciudadanos en un medio de expresión.

Particularmente en la ciudad de Rosario es posible visualizar textos y/o imágenes plasmados en infinitas paredes y muros que no fueron contruidos para ese fin. La ciudad habla por sus esculturas, su arquitectura, sus espacios verdes, pero también, por los graffitis, que desde lo más privado de quien lo realiza, irrumpen en el espacio público para visibilizar diversas cuestiones: políticas, sociales, deportivas, racistas, amorosas, humorísticas, de “aguante”.

Más allá de la técnica de realización utilizada y del tipo de graffiti pintado, éste se apropia del espacio urbano y grita aquello que de otra forma, quizá, no es escuchado o visualizado por los demás; generalmente, el graffiti produce y reproduce discursos alternativos.

Instalado en el espacio público, el graffiti, sea puramente textual, sea icónico o una combinación de ambos lenguajes, dialoga de forma constante con otros discursos oficiales e institucionalizados que aparecen en la ciudad mientras que, al mismo tiempo, interpela al transeúnte que lo reconoce.

El graffiti moldeado en un tiempo y en un espacio, es una experiencia visual que difícilmente pueda separarse de la subjetividad de quien lo reciba. El spray, que fue plasmado en una pared o en un banco, dibuja una letra, un ícono o un garabato que comunica, que dice y se resignifica según el ojo de quien vea y en el espacio dónde se lo descubra.

Concebido desde un lugar de marginalidad, detrás de cada graffiti pintado en un muro subyace una voz, individual o colectiva, expresándose en un espacio “tomado” y, a su vez, “ganado”:

“Guarda, además, la espontaneidad y la libertad de la expresión gestada fuera del marco que legitima al cartel, al anuncio, al letrero, a la obra de arte. Cuando la represión o simplemente la falta de acceso a los medios de comunicación silencian las voces del pueblo, las paredes murmuran, hablan, gritan” (Gándara, 2002: 13).

Dicho esto, en el presente trabajo, se abordará al graffiti como una práctica comunicacional generadora de nuevos significados en el espacio urbano de la ciudad de Rosario.

El interés por este tema radica en el hecho de considerar al graffiti como una herramienta de comunicación que presenta una riqueza enorme para reflexionar y deliberar acerca de la sociedad actual y del mundo en el que vivimos. Pero además, la motivación surge por el estallido y el “boom” de estas inscripciones en los muros de la ciudad, en los últimos años.

Desde ya, vale aclarar que la autora de estas páginas no es especialista en la materia ni poseía conocimientos previos a la realización de esta tesis, pero el estudio estuvo motivado por ver en el graffiti un hecho de comunicación. En el texto se incluyen definiciones y conceptos para que cualquier lector que desee acercarse a él pueda abordarlo y comprenderlo.

En el primer capítulo se realizará un desarrollo sobre la historia del graffiti, que da cuenta que la apropiación y el uso de las paredes para comunicarse, expresarse y manifestarse es menos moderno de lo que, a veces, podría pensarse. En este sentido, se hará referencia a diferentes acontecimientos ocurridos a lo largo del tiempo en los que el graffiti tuvo una impronta particular. Sin embargo, y sin intenciones de contradecir lo dicho con anterioridad, se señala que el impulso de esta práctica estuvo asociado con el desarrollo de la última etapa de la Modernidad. Asimismo, a partir de una lectura de clasificaciones diversas postuladas por investigadores del tema, se establece una posible clasificación del graffiti que, claro está, no es ni cerrada, ni acabada.

En el capítulo siguiente de esta tesis se aborda la cuestión de la ciudad y lo urbano a partir de autores como Michael De Certeau, Marc Augé y Manuel Ruiz Delgado. Se trabaja con detenimiento en la distinción entre el concepto de ciudad y el de espacio urbano, así como

también en la diferencia entre este último y el concepto de territorio. Asimismo, el capítulo refiere a las relaciones de fuerza que se establecen y se reproducen en el espacio que, sin lugar a dudas, es social y a las transformaciones que se producen en él a partir de las prácticas del vivir diario. También se hará referencia al poder, un poder inherente al entrecruzamiento de vínculos y un poder configurado en torno al concepto de resistencia. Por último, se abordará a la ciudad desde la comunicación.

En el tercer y último capítulo se realizará el análisis de tres casos. En primer lugar se observarán cuatro graffitis surgidos en la ciudad luego de la primera Marcha de Ni Una Menos en el año 2015. Si bien los cuatro están conformados únicamente por material escrito, dos corresponden al tipo textual y dos son esténciles. En su conjunto, estas inscripciones se abordan a partir de la Teoría de la Enunciación.

El siguiente caso se centra en un encuentro sucedido en una pared de la ciudad entre un graffiti lexical y un estencil conformado por imagen y texto. La pieza se estudia a partir de lineamientos teóricos del filósofo Mijaíl Bajtín y del semiólogo Roland Barthes.

El tercer y último caso es el abordaje de un graffiti mural ubicado en el barrio del Abasto. El mismo se analizará como un paquete textual tomándose en consideración la Teoría de los Discursos Sociales del semiólogo Eliseo Verón.

Al final de este recorrido, se plantearán reflexiones de la propia autora de este texto acerca de la práctica y del rol de la comunicación en la actualidad, centrando las mismas en poder pensar por qué una práctica de antaño como la de inscribir un graffiti en una pared, se impone con tanta fuerza en la ciudad a tal punto que resultaría más que difícil concebir una urbe sin graffitis.

Es elección de la propia autora no calificar las reflexiones finales como una conclusión debido a que el objeto de estudio abordado es un fenómeno en constante transformación. Concluir de forma única y acabada ciertos puntos sobre la práctica sería en vano por el carácter fugaz que pudieran tener.



# CAPÍTULO I: "SOBRE EL GRAFFITI"



El hombre es un ser constituido de (y por) el lenguaje; el hombre es, inevitablemente un ser de palabras:

“La palabra es el hombre mismo. Estamos hechos de palabras. Ellas son nuestra única realidad o, al menos, el único testimonio de nuestra realidad. No hay pensamiento sin lenguaje, ni tampoco objeto de conocimiento: lo primero que hace el hombre frente a una realidad desconocida es nombrarla, bautizarla” (Paz, 1983: 9).

Se podría sostener, que desde el inicio de la historia de la humanidad, en cada dominio de la vida, los hombres han necesitado comunicarse, expresar de algún modo posible sus pensamientos y sentimientos. Y lo hicieron, a lo largo de los años, en piedras, muros de cavernas y templos.

Los investigadores María Cristina Pi Arias y Norton Contreras Robledo sostienen que el desarrollo del pensamiento trajo aparejada la capacidad del cerebro humano de reconstruir mentalmente la idea de los objetos y los fenómenos de su medio circundante y, gracias a esto, comienzan las primeras tentativas de reproducir dichas ideas en imágenes:

“El primer gran hito del hombre vinculado con la necesidad de expresar su pensamiento lo encontramos ahí, en los grabados realizados en las paredes de las cuevas. Los hombres de esas comunidades primitivas levantaron su mano y con un objeto punzante empezaron a dibujar y a grabar sobre la piedra sin sospechar que miles de años más tarde sus pinturas, serían consideradas las primeras representaciones artísticas, lo que se conoce como Arte Rupestre” (Pi Arias y Contreras Robledo, 2007).

Es por ello que la historia de lo que hoy conocemos como graffiti es muy amplia y data de tiempos remotos. El graffiti, tal como señala Lelia Gándara, en la sinopsis del libro *Graffiti*, “evoca una acción primitiva, la de los primeros trazos del hombre en la piedra de las cavernas” (Gándara, 2002). Desde ese momento y hasta el día de hoy, las paredes de los pueblos y ciudades no han dejado de ser soporte de las expresiones y manifestaciones del pensamiento de los hombres.

Es cierto que no abundan testimonios antiguos de esta práctica, sin embargo, podemos sostener que el graffiti no es una obra exclusiva de los tiempos modernos. La historia del graffiti nos remonta hasta el Siglo I d. C., a la desaparecida ciudad de Pompeya. Si bien la erupción del



Vesubio dejó una ciudad bajo las cenizas, con cientos de cuerpos sepultados, arqueólogos pudieron hallar pruebas de la forma en la que vivían los pompeyanos hace dos mil años atrás. Una de esas pruebas son los graffitis que pudieron encontrarse en distintos sitios de la ciudad. Según estudios, los mismos expresaban pedidos, agradecimientos a los dioses, citas de autores, anuncios, entre otros.

Se dice que en la antigüedad los romanos fueron graffiteros por excelencia. No sólo se encontraron inscripciones en el palacio Domus Aurea, construido por el emperador romano Nerón, “sino incluso hasta en las pirámides de Egipto, donde los soldados romanos no resistieron a la tentación de dejar testimonio de su paso” (Gándara, 2002: 18).

El graffiti está inscripto en la historia de los pueblos. Y es así como las paredes de Tenochtitlán, en México, en el siglo XVI también fueron soporte de una “guerra” que se plasmó sobre ellas. Al parecer, descontentos con la paga, los hombres arremetieron contra Hernán Cortés y el tesoro del Rey, Alderete, expresando su disgusto en las paredes blancas del palacio Coyoacán, sitio donde residía Cortés.

Este episodio nos muestra que, pese al transcurrir de la historia, el carácter del graffiti ha sido desde siempre, ser expresión de denuncia y protesta popular. En este sentido, podría afirmarse que el graffiti, a lo largo de la historia, presenta una relación intrínseca con aquello que está prohibido, con lo que no puede decirse o, en cierto modo, la sociedad donde se inscribe no está preparada para ver y/o leer. Para Armando Silva Téllez el graffiti pasa por subvertir un orden (social, cultural, lingüístico o moral) y exponer públicamente lo que precisamente está prohibido, lo obsceno, socialmente hablando (Silva Téllez, 2006).



En el siglo XX, la situación política social convulsionó al mundo. El estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914, principalmente en territorios europeos, dejó cuatro años después, la pérdida de la vida de diez millones de personas y amplios territorios destruidos. Fue tan agresiva y destructora que las consecuencias golpearon por muchos años, tanto así que la inestabilidad económica, once años después, provocó la caída de la Bolsa de Wall Street.

En esta atmósfera turbulenta, las sociedades comenzaron a cuestionar, cada vez con mayor fuerza, los principios que habían estructurado por largo tiempo a la Modernidad. El esplendor de los años pasados no era tal y, en efecto, los ejes unificadores de esta etapa comenzaban a situarse en el foco de la discusión. Ante la falta de instituciones sólidas que pudieran contener a los hombres, muchos modernistas quisieron revivir el viejo hombre del pasado, aquel que durante mucho tiempo habían intentado borrar, pensando en crear el hombre nuevo, el hombre del presente:

“El proyecto en sí no era nuevo; pero adquirió una nueva urgencia en una década en el que el dinamismo de la economía y la tecnología modernas parecían decaer. En un momento en que la sociedad moderna parecía perder su capacidad de crear el mundo feliz del futuro, el modernismo se encontraba sometido a intensas presiones para descubrir nuevas fuentes de vida mediante imaginativos encuentros con el pasado” (Berman, 1981: 350).

Es así como los ciudadanos retornan al seno familiar, al hogar, al barrio que habían abandonado años atrás, buscando fortalecer los vínculos relacionales que la inestabilidad, la incertidumbre y la preocupación habían desgastado y resquebrajado. Y en este retorno, lo que se solidifica también, es “la rehabilitación de la memoria y la historia étnica como parte vital de la identidad personal” (Berman, 1981: 351).

La práctica del graffiti cobra, sobre todo en la segunda mitad del siglo, una fuerza particular y un rol discursivo primordial. Uno de los momentos trascendentales en este sentido es lo que se denominó el Mayo francés del 68. La crisis que se avecinaba, cada vez con más fuerza en el sector industrial, la situación económica que se agravaba y los despidos laborales que en ese año alcanzaron cifras estremecedoras, provocaron la insurrección estudiantil en las calles de París, y convirtieron al graffiti en un instrumento fundamental de comunicación “que demostró ser una forma de propaganda efectiva y barata” (Gándara, 2002: 22).

Eso que sucedió en 1968 en Francia, también se traslada a nuestros días. La convocatoria Ni Una Menos, particularmente en la ciudad de Rosario, concentró a una multitud de personas en las calles y las paredes fueron soporte de cientos de pintadas. A pesar del aparente desconcierto o desorganización que puede llegar a provocar en alguien el estallido de esta forma de expresión en los muros de una ciudad, de un momento a otro, se dirime que el graffiti presenta una connotación revolucionaria fuerte y particular. El graffiti denuncia, demanda y reclama.

Retomando el recorrido histórico, luego del Mayo Francés, precisamente durante el transcurso de la década del 70, el graffiti moderno toma un nuevo impulso junto con el *hip hop* en los Estados Unidos. El rap y el *break dance*<sup>1</sup> instauraron, en el concepto de muchos, al graffiti como un medio de comunicación en el siglo XX.

Cuando para muchos el mundo presentaba un panorama complejo para el futuro de los jóvenes, en el país norteamericano se gesta un movimiento con una fuerza notable y un estilo vigoroso y audaz. Las culturas jóvenes, identificadas con el movimiento *hip hop*, comienzan a apropiarse de esta forma de expresión, dejando inscriptas en las paredes, así como también en trenes y en subtes de la ciudad de Nueva York, firmas que identificaban a un grupo o firmas puramente individuales. Esta pintura realizada en aerosol se conoce con el nombre de *tag*:

“Los que escribían tags eran personajes misteriosos que no revelaban su identidad a los no-iniciados. Robaban pintura y corrían por los túneles de los subterráneos dejando su huella. A medida que iban surgiendo más writers comenzó a adquirir importancia la forma, la estética del tag, la originalidad del estilo, la creatividad en el diseño y el uso del color” (Gándara, 2002: 26).

Hacia finales de la década, el país estadounidense acrecentó la vigilancia contra este tipo de práctica anónima e ilegal por lo que, algunos, creyeron que comenzaba a acercarse el final de esta forma de comunicación que había alcanzado un punto de esplendor en los 70. Sin embargo, lejos de eso, la práctica del graffiti había traspasado fronteras y, el tag, en el inicio de la década del 80 llegaba a pisar con fuerza el continente europeo. Ciudades como Madrid, en España, y París, en Francia, aparecían plagadas de este tipo de firmas con originales estilos.

¿Y en América Latina? El semiólogo colombiano Armando Silva Téllez señala que en estas tierras, en la década del 80, el graffiti surge como resultado de las luchas políticas sociales que se libraban en los distintos países. Sobre esto, en su libro *Imaginarios Urbanos*, especifica:

“(…) En Colombia o Perú y en parte de Ecuador por su tradición guerrillera y por los nuevos aires de renovación estilístico-plástica en movimientos políticos y universitarios; en México y Venezuela, con nuevos intereses artísticos contemporáneos (de lo cual se hicieron notables y grandes exposiciones) que se extendían a la ciudad o de la ciudad capital al resto del país: en Argentina, Brasil

---

<sup>1</sup> En su página web, la Universidad de Salamanca, afirma que “El Break Dance es un estilo de baile urbano que forma parte del movimiento de la cultura HIP HOP surgido en las comunidades afroamericanas de barrios como el Bronx o Brooklyn de Nueva York a comienzos de los años 1960.

o Uruguay, por sus gobiernos verticales, o en Chile, bajo un mayor hostigamiento militar (Silva Téllez, 2006: 32).

Es decir, en esta parte del globo terráqueo, el graffiti aparece como forma de resistencia a los gobiernos dictatoriales y como expresión de las luchas populares. Esto, en consecuencia, trajo aparejado una renovación en el plano de las artes, comandada por estudiantes universitarios y movimientos políticos.

Fue así como se gesta en Latinoamérica un nuevo estilo de respuesta y de lucha ciudadana. Silva Téllez así lo define:

“ (...) deshacer la escritura-graffiti de las antiguas formas panfletarias y acudir a nuevas suspicacias formales, introducir el afecto (y el efecto social), pero también la forma de arte, la figura y no sólo el verbo para concebir un nuevo proyecto estético de su iconoclástica contemporánea” (Silva Téllez, 2006: 32).

Sin embargo, la circulación y proliferación del graffiti fue tal que llegó, en países como la Argentina, a fusionarse con el rock e incluso, con la moda.

Las formas de vivir del ciudadano latinoamericano, las formas de sentir, de expresarse, de ser y estar en una ciudad los lleva a apropiarse del espacio urbano de maneras que no son posibles en otras sociedades. La denuncia o el reclamo expresado en un paredón abandonado o en la pared de una vivienda es, sin lugar a dudas, un factor común en las sociedades latinas. Tanto así que, hoy en día, resulta imposible pensar una ciudad sin graffiti, así como graffitis sin ciudades.

Pero más allá de todo, lo relevante para este trabajo es la lectura que se desprende de una intervención de este tipo en un muro o en una pared. En este sentido, es menester destacar, que la pared deja de ser sólo una pared que divide una estructura arquitectónica para pasar a poseer una fuerte connotación social. Porque el graffiti, en América Latina y, por supuesto, en nuestro país, ha sido concebido como medio de lucha y de protesta popular: el graffiti es, entonces, una práctica de comunicación.

La ciudad en sí es comunicación y tomarla como tal implica reconocer que la misma dialoga e interroga a los habitantes, a las formas dibujadas por los diseñadores y a las construcciones realizadas por los arquitectos. Pero el diálogo no involucra, necesariamente, una interacción “cara a cara” con los receptores, el diálogo puede producirse en diferido y darse en cualquier momento. Es más, el graffiti permite hasta modificar lo que fue dicho con

anterioridad, tachando, borrando, superponiendo, deformando, respondiendo a eso que estaba inscripto, etcétera.

Quien lee la ciudad, es decir, quien la recorre observando los diversos graffitis plasmados en el espacio urbano podrán dar cuenta de las luchas simbólicas que existen en una sociedad. Porque como hemos dicho, la práctica del graffiti es una práctica de lucha y de resistencia contra el poder, contra el sistema establecido, contra los medios de comunicación hegemónicos; el graffiti es, seguramente, una herramienta de comunicación y expresión para los marginados, para los oprimidos e, incluso, para los que no tienen voz.

La ciudad comunicación es creada en el vivir diario, por los mismos habitantes que hacen de la ciudad una asombrosa experiencia de vivir todos los días. Los símbolos en la ciudad cambian, como cambian sus creadores; es esto lo que hace diferente a las ciudades del mundo.



Realizar una clasificación del graffiti no parecería ser una tarea sencilla por los diversos criterios que podrían establecerse y porque seguramente, a muchos de ellos, les cabría más de una constante.

A lo largo de estos años, estudiosos le han asignado al graffiti diversas clasificaciones de distinto tipo. Algunos los clasificaron por su composición, es decir, si se trata de graffitis puramente léxicos o textuales o bien, de graffitis icónicos. Otros, se centraron sobre todo en su intencionalidad y, en este sentido, diferenciaron aquellos que presentaban un contenido político-ideológico y, en consecuencia, se imprimía un compromiso con la realidad social, de aquellos que sólo respondían a una preocupación estética. Asimismo, algunos clasificaron al graffiti según el lugar en el que aparecía inscripto, ya sea un espacio público o privado o, por ejemplo, según el soporte que lo contenía, la pared, la calle, un banco, un tren, una puerta o un edificio abandonado.

A partir de las lecturas de diferentes clasificaciones postuladas por otros autores, en el presente trabajo se establecerá una posible clasificación que, por supuesto, no será única ni acabada. Sin embargo, determinaremos, en primer lugar, a qué llamamos graffiti.

Tal como lo fuimos desarrollando a lo largo de estas páginas, la palabra graffiti se utilizó en primera instancia, para denominar a las inscripciones y dibujos que plasmaron los romanos en la Antigüedad. Más tarde, la denominación se extendió a toda leyenda, letrero o dibujo moldeado en paredes diversas. Aquí, se llamará graffiti a todo tipo de inscripción, realizada en aerosol, pintura, birome u otro elemento que aparezca plasmada en un lugar que no nació ni se creó para tal fin.

El universo del graffiti es tan variado e, incluso, a veces tan inalcanzable, que sería arriesgado y quizá equivocado, establecer una definición y una clasificación cerrada porque podrían aparecer piezas que no encuadren dentro de ninguna de las variantes. Dicho esto, se propondrá una clasificación propia.

- **Graffiti lexical o textual:** Tal como su nombre lo indica, denominaremos así a los graffitis compuestos únicamente por palabras; son generalmente breves pero punzantes en su contenido y pretenden interpelar al transeúnte. Quienes lo realizan, no se interesan en que los mismos aparezcan acompañados de una imagen, de hecho, comúnmente no lo están; sólo les preocupa el contenido, lo que la pieza dice.

En Latinoamérica, en la década de los 80, este tipo de graffiti puso el acento tanto en la cuestión política-ideológica, como en la cuestión ingeniosa o lúdica. Así aparecían inscripciones con distintas demandas y problemáticas sociales, consignas políticas y estudiantiles, que llegaban de la mano de los movimientos de estudiantes universitarios, así como también fue la música rock la que llegó a las paredes latinoamericanas.

En la ciudad de Rosario, este tipo de inscripciones pueden leerse en cada punto del municipio; hay pujas entre “Macristas” y “Cristinistas”, entre “canallas” y “leprosos”, pero cada tanto aparece una pintada “millonaria” o alguna “bostera”, hay textos que reclaman por el boleto gratuito para los estudiantes y otros que piden por la aparición de Santiago Maldonado. El amor de pareja tampoco queda excluido en estas inscripciones.

- **Graffiti hip hop:** Este tipo de inscripción surgida en los Estados Unidos en los años 70, privilegia la expresividad de la imagen, sobre el elemento escrito, pudiendo incluirlo o no. En el interior de este grupo, podemos hallar el graffiti de firma o, en términos yankees *tags*, una particular signatura, única e irrepetible que establece en el terreno de



acción una huella identitaria que define a su autor, también llamado *writer*, al mismo tiempo que territorializa el espacio donde fue inscripto. Según la autora Lelia Gándara los lugares predilectos para este tipo de graffiteros eran, y siguen siéndolo, los subterráneos, los trenes y los camiones (Gándara, 2002: 25).

“A medida que iban surgiendo más *writers* comenzó a adquirir importancia la forma, la estética del tag, la originalidad del estilo, la creatividad en el diseño y el uso del color” (Gándara, 2002: 26).

Siguiendo a la misma autora, a este grupo pertenecen también los llamados *masterpieces*, que surgieron un poco después. Se trata también de grandes firmas que requerían mucha más cantidad de pintura que la que demandaba un tag. (Gándara, 2002:26).

En esta ciudad, en la que no hay subtes, los *tags* pueden encontrarse en los refugios de las paradas del Transporte Urbano de Pasajeros, en columnas de Alumbrado Público o de otros servicios así como también en las tapas de la instalación de gas natural. Las paredes de calle Urquiza, entre Santiago Pueyrredón, en ambas veredas, están plagadas de pintadas que se incluirían en el tipo *hip hop*.

Según Claudia Kózak, este tipo de graffiti presenta una ambivalencia por una tensión entre lo individual y lo colectivo. Sobre esto, argumenta:

“Porque tiende a ser colectivo en el espacio público, pero en el *tag*, en todo el *hip hop*, todo comienza por la insistencia en el nombre propio, en la individualidad. El *tag* tiene esa particularidad, más allá de que está encriptado y no todo el mundo puede “leer” ese nombre” (Kózak, 2011).

- **Graffiti estencil:** Esta técnica consiste en crear una imagen, a partir de una plantilla plana que se logra recortando una superficie hasta obtener aquello que se quiere lograr. El molde se coloca luego, contra el espacio que se pretende pintar y se aplica sobre él, el aerosol. Si bien esta técnica toma fuerza en los Estados Unidos y en algunos países europeos en la década del sesenta, en la Argentina comenzaron a verse un poco más para los años 80 cuando algunas bandas musicales o grupos de teatro utilizaban esta técnica para la autopromoción. Sin embargo, Claudia Kózak, señala que en nuestro país “Hacia 2001-2003, se hace muy fuerte el estencil, aunque ya existiera desde antes” (Kózak, 2011).

En Rosario, es muy común encontrarse, por ejemplo, con esténciles con la imagen de Jorge Julio López, desaparecido, por segunda vez, el 18 de septiembre del año 2006. Algunos se componen sólo de la silueta de López, otros además de la imagen están acompañados de inscripciones textuales que la complementan.

Otro esténcil muy difundido en las paredes de la ciudad es la imagen de Franco Casco, un joven de la provincia de Buenos Aires, que fue hallado sin vida en las aguas del Río Paraná; el muchacho estaba desaparecido tras haber sido detenido en una comisaría local. El graffiti más difundido se compone por una imagen del rostro del chico y una leyenda que denuncia que a Franco “lo mató la policía”.

- **Graffiti mural:** se incluye dentro del grupo de *diseño*<sup>2</sup>. Se trata de piezas de gran tamaño, creativas, coloridas, generalmente realizadas por artistas, diseñadores gráficos o estudiantes de Bellas Artes. Muchos de ellos, realizan esta actividad de manera paralela a su trabajo profesional y, en algunos casos, casi como una auto-promoción de la práctica profesional. En la ciudad de Rosario, este es el caso del artista Dimas Notas, quien deja en sus murales, sobre todo en aquellos plasmados en las paredes del microcentro rosarino, su teléfono celular y su Facebook con intenciones comerciales. Este tipo de graffiti presenta condiciones de realización diferentes a los anteriores; el tiempo de producción y elaboración es mucho mayor, así como también, su tiempo de permanencia en la vía pública ya que, me atrevería a decir, estas piezas tienen una mayor aceptación por parte del público porque, en cierto modo, presentan más cercanía al arte convencional, a diferencias de las pintadas espontáneas, sean individuales o colectivas, que muchos consideran actos vandálicos.

En la ciudad pueden encontrarse murales por todas partes, que llaman la atención por el trabajo con los pinceles, sus colores, el tamaño imponente y los personajes extraños que muestran. Hay en paredes abandonadas y otras que no lo están, en plazas, en cada uno de los seis distritos.

Esta clasificación será sumamente útil para el desarrollo del tercer capítulo de esta tesina, donde me centraré en la realización de un análisis, por supuesto, posible, de casos diversos de la ciudad de Rosario. Mientras tanto, en el capítulo que continúa, presentaré el

---

<sup>2</sup> En una entrevista titulada *El graffiti es un subproducto de la ciudad*, Kózak explica que este tipo de graffiti son pintados básicamente, o en general, por diseñadores gráficos, y muchos de ellos lo hacen en paralelo a su trabajo profesional de diseñadores.

contexto del graffiti y, en este sentido, desarrollaré conceptos como el de ciudad, espacio urbano, práctica, entre otros.

## CAPÍTULO II: "MODERNIDAD Y CIUDAD"



Desde que el hombre es hombre, ha dejado inscriptas las marcas de su paso por la Tierra. Palabras, dibujos o garabatos fueron apuntados, con fines comunicacionales, en alguna roca, en la pared de una caverna o en un muro, por lo que podría afirmarse que la historia del graffiti se remonta a tiempos lejanos:

“Es cierto que existieron graffiti ya desde la Antigüedad, inscripciones en muros que tenían diversa funcionalidad: publicitaria, política, poética... como en el caso de la ciudad de Pompeya de la que se han podido recopilar más de diez mil inscripciones debido a su trágica perdurabilidad bajo metros de lava” (Kózak, 2008).

Sin embargo, resulta posible vincular su historia reciente con el desarrollo y la expansión de la tercera fase de la Modernidad, que se ubica en el siglo XX. Para esa instancia, el proceso de modernización abarcaba prácticamente todos los rincones del planeta y, como si ello fuera poco, la cultura del modernismo alcanzaba triunfos espectaculares en el arte y en el pensamiento. Sin embargo, señala Marshall Berman, a medida que el público moderno iba expandiéndose, la sociedad se rompía en una multitud de fragmentos, que hablaban idiomas privados inconmensurables:

“La idea de la modernidad, concebida en numerosas formas fragmentarias, pierde buena parte de su viveza, su resonancia y su profundidad, y pierde su capacidad de organizar y dar un significado a la vida de las personas. Como resultado de todo esto, nos encontramos hoy en medio de una edad moderna que ha perdido el contacto con las raíces de su propia modernidad” (Berman, 1988: 3).

En un mundo convulsionado por la situación política mundial, con el desarrollo de la Primera Guerra Mundial, la inestabilidad económica por la caída de la bolsa de Wall Street en los años 30 y con un hombre desplazado del centro de la escena por las funciones mecánicas de una máquina resplandeciente, comienza a notarse una incipiente debilitación de los vínculos emocionales y la complejización de las relaciones sociales.

Los años optimistas de la primera etapa de la Modernidad, alimentados por los grandes descubrimientos de las ciencias físicas, por la industrialización de la producción, los nuevos sistemas de comunicación y el crecimiento urbano, ya no se presentaban como tales. La sociedad se encontraba inmersa en una atmósfera de vértigo y turbulencia, donde los vínculos comenzaban a resquebrajarse, donde “todo lo sólido, se desvanece en el aire” (Marx, 1848).



En la segunda etapa del siglo XX, en el mundo occidental, nuevos hechos de alcance global profundizan la complejidad en las relaciones sociales y emocionales, enrareciendo aún más la atmósfera turbulenta y vertiginosa que venía gestándose desde los primeros años del nuevo siglo. Los conceptos y teorías ideológicas que habían dado nacimiento a la Modernidad comienzan a cuestionarse y la tensión en la sociedad es, cada vez, más manifiesta. Es que la época Moderna había perdido el esplendor de sus inicios; los grandes motores que habían generado un crecimiento constante ya no producían en los mismos volúmenes, la economía había mermado y el flujo de consumidores también.

Hechos como la Guerra de Vietnam y el Mayo Francés de 1968 llevaron a los pobladores a tomar las calles de las grandes ciudades y hacer de las paredes un medio donde visibilizar su descontento, reproduciendo mensajes políticos, revolucionarios o contestatarios. En diferentes países del mundo occidental, empezaron a proliferar expresiones artísticas de distinta índole. En este contexto, surgen las primeras manifestaciones del graffiti moderno; las paredes de la ciudad se convierten en un soporte alternativo de denuncia:

“La ciudad artefacto lleva inscripto el graffiti como cualquier otro artefacto técnico lleva inscripto su propio accidente, su propio efecto no deseado. Esto ha ocurrido tal vez siempre, pero más específicamente desde los inicios de la Modernidad a esta parte, por la complejidad del entramado técnico-social que acontece velozmente, se hace aún más visible. Así como el ferrocarril inaugura la posibilidad del descarrilamiento o el barco la posibilidad del naufragio, según la formulación de Paul Virilio, agrego aquí: la ciudad artefacto implica la posibilidad del graffiti que transgrede su norma” (Kózak, 2008).

Sin embargo, con el correr de los años, la ciudad como tal fue sufriendo profundas transformaciones y atravesando diversas etapas. La metrópolis moderna pujante con la revolución industrial, que tenía como elementos característicos las chimeneas de las fábricas, las estaciones de ferrocarril y los novedosos centros comerciales, fue perdiendo, poco a poco, sus capacidades primeras, funcional, de ordenamiento y de orientación para los habitantes. En una época de transición hacia lo que muchos estudiosos llamaron, luego, la posmodernidad, la fisonomía de la ciudad fue cambiando notablemente.

En esta ciudad de transformaciones y de apropiaciones, el usuario toma un rol preponderante convirtiendo en espacio la calle definida como lugar por el urbanismo y llenando



ese espacio de significación. ¿Cómo lo logra? Haciendo uso y apropiándose de sus diversos ambientes de manera transitoria.

El sociólogo francés Michael De Certeau, define al espacio como “lugar practicado (...) Un cruce de elementos en movimientos” (De Certeau, 1974). El usuario, es un transeúnte en el espacio; no tiene propiedad sobre él, no le pertenece, lo comparte en todo momento con otros, está de paso en ese lugar.

Lo urbano se constituye constantemente por usuarios. Por ello, tal como lo expresa Ruiz Delgado, “el ámbito de lo urbano por antonomasia, su lugar, es, no tanto la ciudad en sí misma como su espacio público” (Ruiz Delgado, s.f, Etnografía del espacio público).

“Es el espacio público donde se produce la epifanía de lo que es específicamente urbano: lo inopinado, lo imprevisto, lo sorprendente, lo absurdo... La urbanidad consiste en esa reunión de extraños, unidos por la evitación, la indiferencia, el anonimato y otras películas protectoras, expuestos, a la intemperie, y al mismo tiempo, a cubierto, camuflados, mimetizados, invisibles” (Ruiz Delgado, s.f, Etnografía del espacio público).

Ciudad y espacio urbano no son sinónimos. Continuando con los lineamientos del mismo autor, la ciudad está siempre en la ciudad, mientras que lo urbano trasciende sus fronteras físicas:

“En una ciudad, en efecto, vemos estructuras, articulaciones, instituciones, familias, iglesias, monumentos, centros, estaciones, palacios, mercados. En cambio, ninguna de esas cosas corresponde propiamente a lo urbano, como lo demuestra el hecho de que todo ello haya estado antes en otros sitios” (Ruiz Delgado, s.f, Etnografía del espacio público).

Es decir, el espacio urbano es un espacio construido por las prácticas que en él realizan sus transeúntes. Estos espacios continuamente se constituyen, se modifican y resignifican. Una marca que ayer estaba en algún lugar y que definía a ese espacio, hoy puede haber sido borrada por el andar de otro caminante, quien asimismo, pudo haber dejado una nueva huella. Es por ello que el espacio no es nunca estático.

“El espacio es un cruzamiento de movilidades. Está de alguna manera animado por el conjunto de movimientos que ahí se despliegan” (De Certeau, 1974: 129). El espacio es

entonces un “lugar practicado”, definido por los caminantes que transforman las calles delimitadas y diseñadas geométricamente en espacio (Augé, 2000: 45).

Tal como señala Claudia Kózak, en su artículo *No me resigno a ser pared. Gaffitis y pintadas en la ciudad artefacto*, el graffiti es una práctica del espacio público que colabora en la construcción de sentido del espacio urbano (Kózak, 2008).

Podría decir que el espacio urbano es, a su vez, un espacio social dado por el entrecruzamiento y las articulaciones de las personas, por las prácticas que en él desarrollan, los usos y las formas en las que perciben dicho espacio. Es por esto, que el espacio es constantemente transformado por los movimientos y cruces que en él se producen. El espacio social no es nunca un espacio fijo y determinado. Afirma Marc Augé: “Los lugares se crean por lo que hacen las personas con ellos y en ellos, se trata de procesos que escapan a la normalización” (Auge, Revista Bostezo Año 2, N° 6, página 24). Y, en este sentido, “el espacio público debería ser fundamentalmente un lugar de intercambio” (Augé, Revista Bostezo Año 2, N° 6, página 25).

La cientista social Doreen Massey, coincide con Augé en la concepción del espacio y lo define como una esfera de posibilidad de la multiplicidad. “No se puede reducir a una sola voz sino que es el encuentro y la simultaneidad de historias. En este sentido, el espacio es relacional” (Massey, 2012). En el espacio confluyen relaciones actuales y las que se formarán en el futuro, en el espacio se mezclan vínculos, relatos, historias, expresiones artísticas y también graffiti.

Donde hay entrecruzamiento de vínculos, hay relación de poder. Siempre, en todo momento un sujeto o varios, intentarán imponer su voluntad sobre otro u otros. Y en consecuencia, donde haya voluntad de imposición, habrá también, voluntad de resistencia.

En el Manifiesto Comunista (1848), Karl Marx ya planteaba que “opresores y oprimidos” siempre se enfrentaron y mantuvieron luchas que terminaron con la transformación revolucionaria de la sociedad o, de lo contrario, con el hundimiento de la clase en pugna. Es decir, siempre hubo opresión de aquellos que poseían el poder (político, económico, social) y, por lo tanto, resistencia a ese poder.

Para Michael De Certeau, en el espacio se produce un cruce permanente entre poder y resistencia al poder. Siempre existe una fuerza hegemónica y otra que se le contrapone, de manera que el poder es siempre subvertido por “las prácticas cotidianas de aquellos que lo habitan” (De Certeau, 1974: 107).

La práctica del graffiti es un modo de resistir, de rebelarse contra el sistema establecido, contra el poder dominante porque ponen de manifiesto ideales, deseos, demandas o denuncias que a veces, no les conviene a quienes poseen el poder. Las paredes de la ciudad son soporte de las luchas simbólicas que se desatan en la sociedad.



¿Es el territorio lo mismo que el espacio? Definitivamente no. Mientras que el espacio es construido constantemente por las prácticas que el transeúnte lleva a cabo, el territorio es siempre un área delimitada que pertenece a una persona, a una institución o al propio Estado. En este sentido, podría decirse que con la práctica del graffiti, el espacio es territorializado a cada momento. El pintor fija y demarca el espacio en el que plasmó su texto, estencil o mural, es decir, lo territorializa. Esto es lo que el relato hace con el espacio. Para De Certeau, el relato tiene la función de *legislaciones espaciales* ya que fija y reparte terrenos mediante “acciones” o discursos de acciones (De Certeau, 1974: 135).

Donde el relato se asienta, un nuevo espacio territorializado se crea y, a la inversa, donde un relato se borra, un espacio territorializado desaparece. Esto es lo que ocurre en la ciudad de hoy, con los pintores de graffiti. Andando la ciudad, pintando paredes, bancos o calles, producen territorios nuevos que perdurarán hasta que otra práctica se imponga y los desaparezca. Así el espacio se crea, se territorializa y resignifica a cada instante.

Hoy en día, cada vez más, las ciudades son invadidas por diferentes intervenciones que las modifican y resignifican a cada momento. Es lo que ocurre, por ejemplo, cuando irrumpen conflictos sociales que llevan a la población a manifestarse, de forma espontánea u organizada, en el espacio público. Según la índole del reclamo, la ciudad será soporte de denuncias y demandas sociales.

Particularmente en Rosario, ciertas calles como Boulevard Oroño, San Luis, Santa Fe y Dorrego, edificios como la Basílica Catedral, Tribunales Provinciales y el ex Servicio de Informaciones (SI), hoy en día convertido por la Municipalidad en espacio de la memoria, y sitios históricos como el Monumento Nacional a la Bandera son soporte de mensajes políticos e ideológicos, mensajes que denuncian injusticias, vulneración y violación de los derechos o

que exclaman pedidos y nuevas demandas sociales. Estos sitios se resignifican con cada nueva marcha, con cada nueva manifestación o acto. Los viejos “tatuajes” en las paredes se tapan o se borran y la ciudad luce diferente a partir de nuevas inscripciones.

En este caso, la práctica como tal tiene particularidades que la definen y diferencian. El pintor del graffiti de firma o puramente léxico, así como también el de estencil escapa, de algún modo, a la mirada del transeúnte y, sobre todo, a la mirada de aquel que considere como una autoridad, porque, como venimos señalando en estas líneas, el graffiti busca provocar un efecto social transgrediendo el orden establecido. De su paso por ese lugar, sólo quedará el texto en la pared, esa será su huella la cual sí necesitará de la mirada y el reconocimiento del otro para su validez.

“Detrás del enunciado está la pared, pero en su enunciación tuvo que participar necesariamente alguien que delegó su voz a la pared. Esa voz que se borra a sí misma, se hace anónima, en su desplazamiento hacia la pared, quizá para que su eficacia pública –no anclada en una individualidad– sea mayor” (Kózak, 2008).

El pintor de este tipo de graffiti pretende pasar desapercibido y por eso transita en la oscuridad de la noche, circula por rincones y barrios marginados que escapan de la vigilancia o bien, acciona entre colectivos de gente convocados en el espacio público por un reclamo o conflicto social, allí donde es más dificultoso por las fuerzas que organizan el Estado controlar que no se produzcan actos indebidos o rebeldes.

Si bien el graffiti mural, más icónico que verbal, es al igual que los otros una forma de expresión, esta pieza presenta condiciones de producción que no se asemejan a la de los anteriores. El graffiti mural, considerado dentro del conjunto *graffiti diseño*, demanda un mayor tiempo de producción y elaboración por lo que el modo en que aparece en el espacio público, particularmente también es distinto.

Más allá de estas distinciones, podemos señalar que el graffiti es, casi siempre, anónimo, es espontáneo, veloz, fugaz, es creativo; pero además y, sobre todo, tiene una relación intrínseca con aquello que no puede decirse, que está prohibido o, incluso, con aquello que la ciudadanía muchas veces no está preparada para ver o leer.

“El gesto, colectivo o individual, que se apropia de las franjas de espacio para imponer una impronta, marca una forma de resistencia a la estructura de la

ciudad y a las condiciones de vida impuestas por su organización” (Le Breton: 2002, 105).

*“Con el correr de los siglos, los espacios urbanos cada vez más han densificado o incluso enrarecido su tensa complejidad, y la proliferación de diversos tipos de graffitis contemporáneos en algún sentido se exhibe como testimonio de esa tensión. Quizá existan hoy quienes sueñen o proyecten espacios urbanos más apacibles o armónicos, pero en tanto nos sabemos parte de sociedades ni armónicas ni reconciliadas tal vez sea mejor no intentar reconciliar artificialmente lo irreconciliado y prestar ojos a lo que tienen las paredes que decir al respecto. Aun cuando a veces no nos sentimos cómodos con lo que tienen para decir. Incluso cuando el graffiti pueda ser visto como mancha, insulto, provocación o lo que sea, tiene sin embargo el mérito de hacer ver lo irreconciliado. Interrumpe el artefacto urbano que nos aplana la mirada” (Kózak, 2008).*

Lo dicho anteriormente, nos permite pensar a la ciudad de hoy en términos comunicacionales. Armando Silva Téllez en su libro *Imaginarios Urbanos* señala que la ciudad puede estudiarse desde la construcción de lo urbano, reconocerse a partir de sus componentes físico-naturales o, incluso, abarcarse desde sus construcciones edilicias. Pero también, la ciudad puede analizarse a partir de lo que dice:

*“Una ciudad se hace por sus expresiones. No sólo está la ciudad sino la construcción de una mentalidad urbana. La vida moderna va metiendo todo en un ritmo, en un tiempo, en unas imágenes, en una tecnología, en un espacio ya no sólo real, por llamar así a aquello a donde caben y se colocan las cosas, sino simulado, para indicar los espacios de ficción que nos atraviesan a diario: las vallas, la publicidad, los graffiti, los avisos callejeros, los publick, los pictogramas, los cartelones de cine y otras tantas fantasmagorías” (Silva Téllez, 2006).*

Señala Néstor García Canclini, “Las ciudades no son sólo un fenómeno físico, un modo de ocupar el espacio, de aglomerarse, sino también lugares donde ocurren fenómenos expresivos que entran en tensión con la racionalización, con las pretensiones de racionalizar la vida social” (García Canclini, 1997: 72).

Pensar la ciudad desde la comunicación nos lleva entonces a posicionar a sus habitantes en un lugar protagónico ya que con sus prácticas dan cuenta de nuevas formas de ser y estar en la ciudad. Los usuarios de la ciudad se transforman en productores activos de nuevas significaciones. Y es aquí donde la práctica del graffitero adquiere un valor social fuerte.

Ser un realizador de graffiti es, tal como lo señala Claudia Kózak, asumir que cualquier pared en cualquier ciudad es terreno de disputa de sentido, más allá de las sanciones por su ilegalidad (Kózak, 2008).

¿Podemos concebir, hoy en día, una Rosario sin graffitis? Me atrevería a decir que no. El graffiti está incorporado en el paisaje urbano de esta ciudad así como en el de tantas otras. Entre tantos carteles publicitarios y políticos sindicales, el graffiti irrumpe como una voz social en un espacio no legitimado para tal fin. Es por eso que para mí, como seguramente para muchos otros comunicadores, sociólogos y antropólogos, es una pieza comunicacional de una enorme riqueza porque es reflejo de la sociedad y del modo en que vivimos, es reflejo del mundo en que vivimos.



# CAPÍTULO III: "EL ANÁLISIS"



El análisis de un graffiti no puede limitarse meramente al material lingüístico o icónico, debe tener en cuenta además otros componentes tales como el mensaje, su contexto, el material con el que fue realizado, el soporte y el uso del espacio, entre otros. Es decir, son diversas las variables que deben ponerse en consideración al momento de realizar un análisis que, claro está, no será ni único, ni acabado, sino sólo una posibilidad de las tantas existentes.

El graffiti lexical o textual, por ejemplo, implica una acción de escritura y en consecuencia una invitación al transeúnte a su lectura aunque la interacción no sea inmediata. El graffiti pictórico, como es el mural, no requiere necesariamente de una inscripción textual, por el contrario, está más directamente relacionado con la cultura de lo visual.

Estas variables hacen que el análisis de un graffiti sea un proceso complejo, porque tanto en su realización como en la recepción del mismo, intervienen elementos en la construcción de sentido, en sí mismos, complejos. Sin embargo, será más adelante donde nos adentraremos en la profundidad del análisis de ciertas piezas situadas en la ciudad de Rosario.

¿Por qué puede pensarse, entonces, a la ciudad en términos comunicacionales? Porque la ciudad es producto de las expresiones de sus habitantes y en la interacción que se establece entre ellos, el sentido se crea de forma constante. Concebir a la ciudad de este modo, nos permite plantear al graffiti, sea cual sea el tipo, como una construcción de sentido colectiva que no se agota en la práctica de realización, por el contrario, se actualiza en la mirada y el reconocimiento de cada transeúnte.

En este sentido, no podemos olvidar que el graffiti puede disparar diversas lecturas por parte de los receptores porque, como indicábamos en las primeras líneas de este tercer capítulo, pone en juego variables que van desde lo textual o icónico hasta el contexto o las percepciones preexistentes en cada receptor, como pensamientos, emociones, ideologías políticas, experiencias vividas, etcétera.

La ciudad en sí misma, ofrece construcciones arquitectónicas con paredes limpias, o por qué no, con paredes vacías de contenido; lo mismo ocurre con sus calles o bancos. Pero la inscripción de graffiti genera un efecto contrario ya que no sólo impregna de un nuevo sentido a esa pared lisa y vacía sino, también, genera un cambio en la percepción del viandante de la ciudad que ahora se encuentra con una pared que amanece tatuada.

En el transcurso del presente capítulo se pondrán en análisis diferentes casos de graffiti como procesos comunicacionales. En primer lugar se observarán cuatro graffiti compuestos

puramente por palabras escritas; dos de ellos están realizados con aerosol a mano alzada y otros dos con la técnica del estencil. Los mismos surgieron en la ciudad luego de la primera Marcha de Ni Una Menos y se los abordará a partir de la Teoría de la Enunciación.

Luego, el análisis se centrará en un encuentro sucedido en una pared de la ciudad entre un graffiti lexical y un estencil conformado por imagen y texto. En esta instancia, la pieza se estudiará también, a partir de lineamientos teóricos del filósofo Mijaíl Bajtín y se tomarán conceptos del semiólogo Roland Barthes.

El tercer y último caso será el estudio de un graffiti mural ubicado en la intersección de calles Riobamba y Sarmiento, en la ciudad de Rosario. El mismo se analizará como un paquete textual tomándose en consideración la Teoría de los Discursos Sociales del semiólogo argentino, Eliseo Verón. No sólo se tendrá en cuenta la imagen como tal, sino la configuración espacio temporal de sentido.



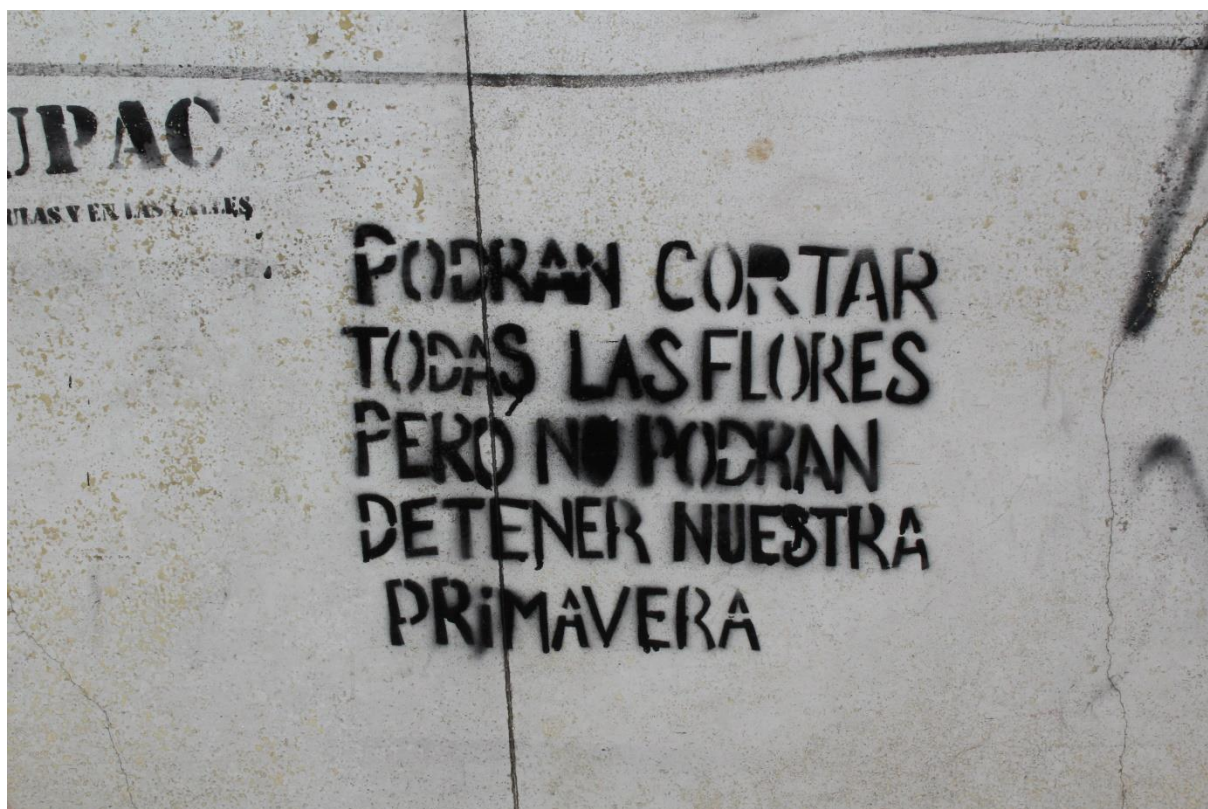




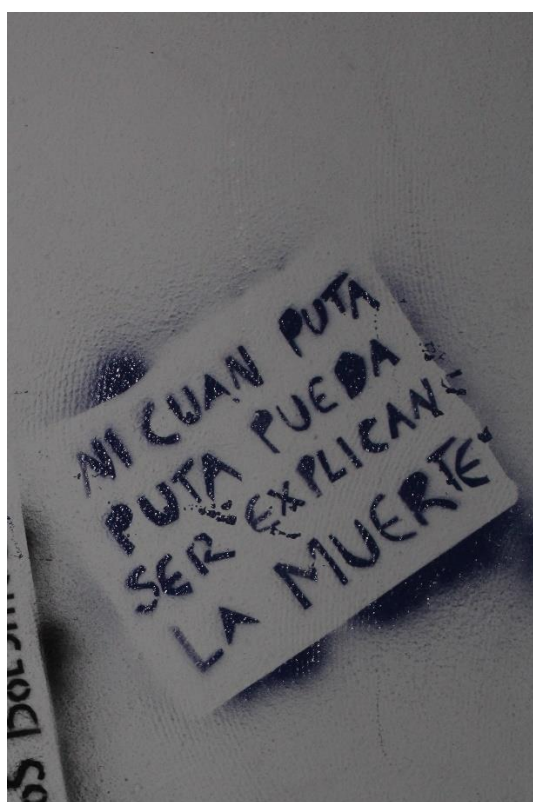
*Museo Castagnino, Boulevard Oroño y Pellegrini*



*Medianera, San Martín al 600*



*Esténcil situado en calle Mendoza y Maipú*



*Esténcil ubicado en calle Oroño y Tres de Febrero*

*“Las paredes se limpian, las pibas no vuelven”, “Las paredes no callan”, “Podrán cortar todas las flores, pero no podrán detener nuestra primavera”, “Ni cuan puta pueda ser, explican la muerte”*, son sólo algunas de las pintadas que pueden leerse en las paredes de la ciudad de Rosario, que irrumpieron a partir del 3 de junio del año 2015 cuando miles de personas marcharon por las calles hasta concentrarse en el Monumento Nacional a la Bandera bajo la consigna Ni Una Menos. Por aquellos días, una joven de 16 años había sido encontrada asesinada, enterrada en el patio de la casa de su novio. Chiara estaba embarazada y fue víctima de la violencia machista. En consecuencia, gran parte de la sociedad argentina, impulsada por el colectivo de mujeres feministas, salió a la calle a clamar por la justicia y por el cumplimiento de las leyes para no volver a gritar ni una menos, nunca más.

La manifestación no sólo fue un punto de inflexión en la participación y en el involucramiento en la problemática sino que generó también, un cambio en el modo de llevar adelante la consigna que los convocaba. No hubo sólo pancartas, carteles y megáfonos: había pintadas, muchas, por todas partes, en cada rincón de la ciudad; en paredes de viviendas, en sanatorios privados, en puestos de diarios y revistas, en las paredes de los Tribunales Provinciales y en la Catedral.

En esa marcha, el graffiti como forma de expresar reclamos y demandas tomó una relevancia particular ya que se convirtió en la expresión de un acontecimiento histórico y social que reclamaba por la justicia y el fin de la violencia machista.

Lejos de ser relevante el diseño, el estilo o a la creatividad de cada una de estas piezas, la riqueza en estos graffiti se centró en el contenido y el significado del mensaje escrito que revelaban lo socialmente prohibido:

“De este modo el graffiti corresponde a una escritura de lo prohibido, género de escritura poseído por condiciones de perversión, que precisamente se cualifica entre más logra decir lo indecible en el lugar y ante el sector ciudadano que mantiene tal mensaje como reservado o de prohibida circulación social”.  
(Silva Telléz, 2012)

Según relevaron fuentes oficiales habrían asistido a la marcha más de 20 mil personas. Dentro del colectivo, movilizados por la complejidad de la problemática denunciada, hubo gente que, con un aerosol en la mano, accionó directamente sobre las paredes de la ciudad, convirtiéndolas en un instrumento fundamental de comunicación.



Fue tal el estallido de pintadas en diferentes espacios, tanto públicos como privados de la ciudad, que al día siguiente se generó una enorme controversia con aquellos que no acordaban con el método de reclamo. El debate pasó por las redes sociales y se presentó en los diferentes medios de comunicación rosarinos; tal estupor generó en algunos vecinos que la Municipalidad de Rosario anunció que, a través de la Dirección de Higiene Urbana, llevaría adelante trabajos de limpieza y remoción de las pintadas en frentes y fachadas. Dieciséis meses después, en la movilización masiva en el marco del Tercer Encuentro Nacional de Mujeres otra vez la misma forma, el mismo efecto y las mismas consecuencias aunque, aquel día, además de las pintadas, se denunciaron desmanes y destrozos.

El graffiti se instaló en la ciudad como un medio de lucha y de comunicación, quizá alternativo, pero protagonista en movilizaciones y en manifestaciones.

Hoy, algunos meses después de la aparición de estas inscripciones en la vía pública, es posible señalar que no sólo el contenido le otorgó sentido a cada una de estas pintadas, sino, también las condiciones que permitieron su existencia. “Lo que constituye la materialidad sentido no es tanto el carácter material de un soporte discursivo, sino principalmente la relación con sus propias condiciones” (Bitonte, 2008:63).

### Las siete características

En el artículo *La ciudad como comunicación*, publicado en la edición número 23 de la Revista Diálogos (2012), Armando Silva Téllez manifiesta que a partir del estudio del graffiti, arribó a la conclusión de que para que una pieza pueda ser llamada graffiti, debe estar acompañada por siete valencias. Según él estas son: **marginalidad; anonimato; espontaneidad; escenicidad; precariedad; velocidad y fugacidad**. Podría decirse que todas estas características aparecen en los cuatro casos analizados en el presente trabajo.

Silva Telléz plantea que las tres primeras características son pre-operativas porque aparecen antes de la propia inscripción del graffiti. Los casos estudiados se pueden considerar **marginales** porque el contenido del mensaje se ubicaba, en el momento de la interrupción, por fuera del circuito oficial, de lo socialmente aceptable y decible ya que expresaban contenidos transgresores que incomodaron o lastimaron a algunas personas. También son **anónimos** porque se mantiene en reserva el nombre de los autores materiales; ninguna de las cuatro piezas abordadas aparece firmada con el nombre o apellido del graffitero, ni siquiera con una firma

grupal o corporativa. Asimismo, se consideran **espontáneos** porque los autores materiales de estas piezas supieron aprovechar el momento oportuno para su elaboración. ¿Qué significa esto? Que tuvieron la astucia de dar cuenta que la concentración de personas y la oscuridad de la noche que comenzaba a caer, era un momento oportuno para impulsarse sobre las paredes evadiendo el control de las fuerzas policiales.

Las valencias siguientes, en cambio, responden, según el escritor colombiano, a las condiciones materiales y de realización de un graffiti. La **escenicidad** se relaciona con el lugar elegido para plasmar el graffiti, el estilo, el material y el color utilizado, entre otros. En los casos trabajados, se inscribieron en paredes que se ubican en el microcentro de la ciudad, lugar con importante afluencia de la ciudadanía por emplazarse allí comercios, entidades bancarias, clínicas, instituciones educativas y diversos espacios culturales. Asimismo, se trata de calles que la gente elige caminar para manifestarse. En cuanto al material utilizado, se observan dos tipos de técnicas, el estencil y el aerosol a mano alzada, realizados en los cuatros casos con tinta negra. La **velocidad**, atiende al tiempo mínimo que tiene el autor material para la realización de la pieza, por un lado, porque el graffitero es parte de la movilización y se encuentra marchando al igual que el resto de las personas y, por otro lado, porque debe trabajar rápido para no tener problemas con la policía o las áreas de la Secretaría de Control y Convivencia. Por su parte, la **precariedad** refiere al bajo costo de los materiales empleados, en este caso un spray de color negro, que no significa, claro está, que por ello, las piezas no tengan impacto sobre la sociedad.

La última valencia se ubica en un tercer grupo que Silva Téllez considera pos-operativo. La **fugacidad** se relaciona con el tiempo, el tiempo que puede perdurar un graffiti inscripto es un espacio público, justamente porque, en general, son mensajes transgresores que expresan lo que no puede decirse:

“Entre más prohibido sea aquello que exprese; más rápidamente tendrá que borrarse el respectivo mensaje por parte de los individuos que ejerzan tales funciones de control, bien sea la misma policía, (guardias) particulares o la misma ciudadanía que se sienta lesionada o denunciada” (Silva Téllez, 2012).

## Quién dice lo que dice

En los casos presentados resulta imposible determinar la identidad del autor material del graffiti y el destinatario efectivo del mismo. Excepto aquellos que poseen firma o que están dirigidos expresamente a un enunciatario<sup>3</sup> (o a varios), la dificultad para determinar autor material y destinatario ocurre, normalmente, en todos los casos.

Eventos multitudinarios como la Marcha por Ni Una Menos o el Tercer Encuentro Nacional de Mujeres, podría decirse, favorecen al anonimato del autor material del graffiti porque, tal como se ha señalado en otros pasajes del presente escrito, el encuentro masivo de personas en el espacio público es más propicio para pasar desapercibido ante la mirada del transeúnte y, sobre todo, ante la lupa de las áreas de control, encargadas de promover y garantizar espacios aptos y seguros para todos los habitantes. No obstante, tomando en consideración que existe una consigna que reúne y une a quienes se convocan allí, que existe un punto en común que encuentra a los presentes resultaría posible señalar que lo que expresan esas piezas comunicacionales a través de su contenido, es expresión de un colectivo de personas. Es decir, que detrás de la enunciación inscrita en la fachada de un edificio, de una universidad o de un efector de salud subyace una voz que se construyó de forma colectiva.

¿Podrá vincularse esto con el concepto de polifonía postulado por Mijaíl Bajtín? A partir de su escrito *El problema de los géneros discursivos*, se deduce que un enunciado, ya sea oral o escrito, no sería propio del enunciadador tal como podría pensarse. En este texto, Bajtín señala que en un enunciado coexisten diversos puntos de vistas, visiones del mundo, teorías u opiniones, entre otros. Ningún enunciado llega a ser tal por primera vez. Por el contrario, ya se encuentra hablado, debatido y hasta valorado de maneras distintas como posibilidades haya. Por lo tanto, para el filósofo los enunciados no son puramente propios de quien lo expresa porque traen una serie de concepciones, opiniones, tendencias, ideologías e ideas que, de alguna u otra manera, también pertenecen a otros.

Aunque con otras palabras, el escritor argentino Eliseo Verón, coincide con Bajtín en la relación entre el concepto de ideología y el de enunciación.

“La noción de “ideología” –afirma– conceptualiza el plano del enunciado: en su uso habitual, el término ideología designa precisamente una configuración de opiniones o de representaciones de la sociedad, vale decir, una colección de enunciados. La problemática de la “dimensión ideológica” nos lleva a cambiar de nivel: es en el plano de la enunciación que se construye la relación

---

<sup>3</sup> Categoría postulada por Mijaíl Bajtín en la Teoría de la Enunciación.

de un discurso con sus condiciones sociales de producción” (Verón, 1987/2003: 24).

En este sentido, resulta posible señalar que los graffitis puestos en análisis son respuesta a enunciados que se sucedieron o tuvieron lugar con anterioridad y, seguramente, serán disparadores de otros enunciados porque el hablante, en nuestro caso particular de estudio, el autor material de un graffiti espera desde el momento en que lo produce una contestación. “Todo enunciado se construye en vista de la respuesta” (Bajtín, 1982:21).

### **¿Quién lee?**

Si bien un graffiti inscripto en la vía pública parecería que pretende alcanzar la mirada de todos los viandantes, ciertas marcas en la pieza segmentarían a los destinatarios. Variables como la ubicación en el espacio, el grado de complejidad en el vocablo, el tamaño de la letra o ícono, así como la existencia de algún código particular en el graffiti, lo determinan, por inclusión o exclusión según la circunstancia.

Asimismo, los graffitis de denuncia como los trabajados en esta sección así como los graffitis textuales que postulan mensajes políticos, sindicales y demandas sociales, por ejemplo, pretenden no sólo ser vistos por el común de los habitantes, sino, intentan ser reconocidos por otras instituciones, incluso, por el propio Estado.

En los cuatro casos trabajados, el contenido de las piezas interpela a más de un sector; buscan la atención de la ciudadanía, tanto de mujeres como de hombres, del poder judicial y del Estado en todas sus expresiones, Municipal, Provincial y Nacional.



*Facultad de Derecho, UNR*

“*Qué es real? Fueron 30 mil*” es el diálogo que se produjo entre dos graffitis plasmados en una pared de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). En el medio de ambos enunciados, una flecha comienza en la pregunta, un graffiti puramente lexical, y apunta hacia el graffiti estencil en el que la palabra escrita es acompañada también por una imagen, ambos realizados en aerosol negro. El símbolo de la flecha hace dar cuenta que en primer lugar se inscribió la pregunta y, luego, se plasmó la contestación.

El graffiti, en cualquiera de sus formas, invoca siempre a una lectura, sobre todo, si se trata de un graffiti lexical o textual. Si la pieza fuera puramente icónica, podría decirse que convoca a un reconocimiento por parte del receptor. Pero sin adentrarnos en esta cuestión, parecería que el acto de escribir agota toda posibilidad de interacción con el “receptor” pensando en las distancias que existen entre las condiciones de producción y de recepción de un graffiti; sin embargo esto no ocurre y, aunque la interacción no sea inmediata, hay recepción y, en este sentido, infinitas interpretaciones sobre el texto.

El productor de un graffiti no espera, en ningún momento, una actitud pasiva por parte del receptor ni pretende que esa idea sólo se produzca y reproduzca en su cabeza; por el contrario, espera una comprensión por parte del otro, dotada de respuesta, sea ésta consentida o no.

Que la interacción en la escritura no sea inmediata como en la oralidad, que permite la alternancia de los roles y la actualización constante del significado, no implica que no pueda generarse la dimensión dialógica que plantea el filósofo ruso Mijaíl Bajtín; de hecho, aparece con claridad en la pieza analizada.

El graffiti “*Qué es real?*” es un graffiti lexical o textual, realizado en aerosol de color verde, escrito en letra imprenta mayúsculas en un tamaño notable, de fácil apreciación y lectura. Si bien hay otros inscriptos en la misma pared, el tamaño y grosor de la letra no deja que el mismo pase desapercibido ante la mirada del transeúnte. De hecho, no pasó. El segundo graffiti, aquel que funciona como contestación a la interrogación, está realizado con la técnica del estencil. La pieza está conformada por un texto con la leyenda “*Fueron 30 mil*” y una imagen en la que se aprecian la silueta de una mujer y de una niña que llevan sobre su cabeza un pañuelo, mientras levantan uno de sus brazos y, parecería, gritan.

La imagen no es cualquier imagen, se trata de una obra de la fotógrafa argentina Adriana Lestido, capturada por el lente de su cámara fotográfica algún día del año 1982 cuando cubría, para el periódico en el que trabajaba, una manifestación de las Madres de Plaza de Mayo que reclamaban por familiares desaparecidos, cuando la dictadura militar todavía estaba en el poder. La foto no sólo fue tapa del diario al día siguiente, sino además, acompañó a su autora en cada muestra en museos y en cada colección recorrida en el transcurso de estos años.

En la pieza se observan con claridad dos enunciados delimitados por el cambio de sujetos; el primer enunciado “*Qué es real?*”, una unidad real con un principio y un fin absolutos y el segundo, “*Fueron 30 mil*” otra unidad real con principio y fin absolutos. Cada uno de estos enunciados, por más breves que sean, presentan y expresan una posición clara por parte del sujeto creador, que puede ser contestada por otro adoptando la misma o distinta posición. En el caso analizado, en el segundo enunciado que se posiciona como respuesta a la interrogación se puede observar una actitud subjetiva y valorativa, basada en el punto de vista emocional del sujeto hablante, aquí el responsable de plasmar su graffiti. En palabras del propio Mijaíl Bajtín “un enunciado absolutamente neutral es imposible” (Bajtín, 1982:16).

Asimismo, es menester destacar que el estencil está conformado por dos tipos de signos, lingüístico e icónico. El filósofo francés Roland Barthes, en *Retórica de la Imagen*, señalaba que era evidente que el mensaje escrito apareciera en toda imagen. “Vemos entonces que no es muy apropiado hablar de una civilización de la imagen: somos todavía, y más que nunca, una civilización de la escritura, porque la escritura y la palabra son siempre términos completos de la estructura informacional” (Barthes, 1986: 131).

En esta pieza el mensaje lingüístico cumple la función de relevo, siendo no sólo complemento de la imagen, sino, además, llevando a la misma a ser comprendida en forma

efectiva. Podría decirse que en esta pieza, la información que el receptor necesita, se encuentra en el mensaje lingüístico.

¿Qué ocurre en este caso con las características del graffiti establecidas por Armando Silva Téllez? De las siete valencias que el autor plantea, se aprecian sólo cinco. El concepto de **marginalidad**, entendido como la condición del mensaje de no caber dentro del circuito oficial podría decirse que en este caso no aplica; en primera instancia porque el graffiti textual refiere a una pregunta abstracta que, a su vez, puede tratarse del título de una canción del grupo de rock argentino, Los Tipitos. En segunda instancia, la frase “Fueron 30 mil” no es hoy en día una frase indecible o prohibida, al contrario, se recuerda y se evoca para evitar que ese pasado difícil y turbulento pueda, alguna vez, volver a ser presente.

En esta instancia, y pese a tener que desviar el análisis por un momento, resulta interesante traer al texto, los conceptos de *horizonte de expectativas* y de *horizonte de experiencia* propuesto por Hans Robert Jauss en la *Teoría de la Recepción*. ¿A qué refieren los mismos? Jauss propone que cada individuo cuando se acerca a una nueva instancia de conocimiento, sea un texto u otro, pone en juego su bagaje cultural, social e histórico que trae consigo. El lector no podrá separarse de estos conceptos previos así como tampoco podrá alejarse de sus experiencias y, según esto, será el grado de apropiación del lector con el texto:

*“El lector empieza a entender la obra nueva o extranjera en la medida en que, recibiendo las orientaciones previas (señales, en el sentido de H Weinrich; antecedentes de la recepción, en el sentido de M Naumann) que acompañan al texto, construye el horizonte de expectativa intraliterario. Pero el comportamiento respecto al texto es siempre a la vez receptivo y activo. El lector sólo puede convertir en habla un texto —es decir, convertir en significado actual el sentido potencial de la obra- en la medida en que introduce en el marco de referencia de los antecedentes literarios de la recepción su comprensión previa del mundo. Esta incluye sus expectativas concretas procedentes del horizonte de sus intereses, deseos, necesidades y experiencia, condicionado por las circunstancias sociales, las específicas de cada estrato social y también las biográficas” (Jauss, 1987: 76).*

Retomando el análisis de la pieza, las siguientes valencias a poner en juego son el anonimato y la espontaneidad. Ambos graffiti son **anónimos** porque no aparece en las piezas la firma de los autores reales, ni tampoco, una firma colectiva o corporativa. De alguna manera,

también podríamos inferir que fueron **espontáneos** porque los graffiteros supieron aprovechar la circunstancia y el momento adecuado para plasmar la pintada en el paredón.

Según el mismo autor, las próximas tres características corresponden al momento de la elaboración. Al analizar la pieza en su totalidad, el concepto de **escenidad** se muestra con claridad, la elección de responder a la pregunta con ese estencil es una estrategia que logra impacto visual en cualquiera que observa la pieza. “...esta valencia atiende entonces a la teatralización del mensaje dentro de la ciudad” (Silva Téllez, 2012). Los conceptos de **velocidad** como de **precariedad** no revisten importancia en esta pieza por lo que no serán tomados en consideración.

La séptima valencia, que corresponde a lo que ocurre después de la pintada en la pared, tiene que ver con la **fugacidad**. “Así, con fugacidad entendemos la corta vida de cada graffiti, el cual puede desaparecer en segundos, o ser modificado, o recibir una inmediata y contundente respuesta contraria a su inicial enunciado” (Silva Téllez, 2012). Claramente, el graffiti textual *Qué es real?* recibió una respuesta, sea esa la esperada o no.

¿Por qué será que nadie se escandaliza por este diálogo inscripto en la pared de la Facultad de Derecho? Ciertos graffitis, ¿molestan más que otros al ojo ciudadano? De la molestia, ¿dependerá su durabilidad en la vía pública? ¿Por qué la Municipalidad no hizo limpiar ese graffiti como sí hizo borrar tantos otros?





*Mural, Riobamba al 1100*

El mural fue realizado por el artista rosarino Lautaro Castaño, quien firma cada una de las piezas realizadas con su nombre artístico, *Lacast*. Fue pintado en el año 2013 y está ubicado en un paredón que parecería estar abandonado, en calle Riobamba al 1100, esquina Sarmiento.

Es una pieza que combina la utilización de dos tipos de técnicas; por un lado, el aerosol y, por el otro, el estencil.

A simple vista, en la imagen propiamente dicha, se puede observar un mensaje literal o denotado. La imagen se compone por un chimpancé, que sostiene en una de sus extremidades un aerosol y con la otra mano realiza un gesto popular pero obsceno, mientras que detrás asoman edificios de altura.

En el recorrido realizado por parte de la ciudad capturando imágenes de diferentes graffitis, es posible dar cuenta que la figura de este animal es recurrente en el artista Lacast. Otros murales, por ejemplo, se ubican en calle Ituzaingo al 600, entre calles Buenos Aires y Juan Manuel de Rosas o en calle Maipú, casi esquina Tres de Febrero. La fisonomía del chimpancé y sus características así como las condiciones de realización de la pieza parecerían ser, a simple vista, similares.

Retomando el análisis del mensaje denotado, Roland Barthes en *Retórica de la Imagen*, señalaba que no era posible una imagen literal en estado puro. “Aun cuando fuera posible configurar una imagen enteramente “ingenua”, esta se uniría de inmediato al signo de la ingenuidad y se completaría con un tercer mensaje, simbólico” (Barthes, 1986:133). Es decir, que los signos de connotación impregnan a toda imagen y, en consecuencia, cada una podría tener más de una significación.

Si la mirada inicial se corre, o mejor dicho, se profundiza y se observa la imagen con mayor detenimiento, es posible establecer ciertas relaciones entre los elementos pictóricos que constituyen la imagen denotada.

Vale aclarar, previamente, que el análisis de la pieza no será el único posible ya que la cantidad de interpretaciones sobre una misma imagen variará según los individuos que la analicen. Tras la aclaración, se informa que la pieza se abordará como paquete textual.

El chimpancé, protagonista en el graffiti mural, parecería ser de un tamaño mayor al de los edificios que asoman detrás que constituirían la ciudad, una composición extraña por cierto ya que, en el orden natural y real de la vida, esto no es posible. Hay detrás de la elección del

tamaño del primate una intencionalidad de mostrar que el animal tiene predominio y dominio sobre todo lo otro que forma parte de la composición.

Asimismo, esta ocupa un espacio tan amplio del paredón que no podría pasar desapercibida ante la mirada de ningún transeúnte. Es más, tampoco pasaría desapercibido porque el chimpancé muestra una actitud desafiante y, en cierto modo, de superioridad con respecto al resto de los componentes que invita, obligadamente, a su reconocimiento y apreciación.

Esta actitud se deduce por la expresión de la mirada y de su rostro que tiene, además, la boca abierta como si estaría gritando. Y se refuerza con el gesto de “fuck you” que realiza con una de sus manos, un gesto que demuestra que el resto no reviste importancia alguna.

El chimpancé sostiene con la otra mano el aerosol con el que pintaría los muros de la ciudad que aparece detrás. Esta decisión permite hacer una relación entre el primate y el mismo graffitero que puede pararse frente a la ciudad con una intención de apropiarse de la calle y hacerse poseedor de paredes abandonadas a partir de sus dibujos y pintadas.

En cuanto a la paleta de colores utilizada por el artista en esta pieza podríamos decir que es simple. Tinta negra y marrón para acentuar el pelaje del chimpancé, rojo para el spray y la musculosa que lleva puesta el animal que, dicho sea de paso, es la misma que tiene el primate pintado por el mismo graffitero en Maipú al 1100; blanco, para acentuar la dentadura y el aerosol, y verde para delinear el fondo donde se ubican los edificios que conforman la ciudad.

Si bien las tintas utilizadas no son estridentes ni llamativas, el graffiti mural es visible y no requiere que el transeúnte se acerque a escasos centímetros de la pieza para visualizarla correctamente.

En cuanto al soporte, la pieza está emplazada en un paredón de gran altura, una construcción antigua, que parecería estar en estado de abandono y ocupa la esquina en su totalidad, tanto por calle Riobamba, como por calle Sarmiento. La pieza no es la única que está allí inscripta, hay también dos graffitis de estilo hip hop, un estencil y una pintada futbolística que contrastan con el resto de las esquinas que muestran paredes vacías de inscripciones y pintadas.

Otro componente a tener en cuenta es la firma del artista que aparece en éste y en todos sus murales: “Lacast – Foda Crew”. Lacast es el nombre artístico del autor real que elige firmar con un seudónimo antes que con su nombre o apellido. Podemos entender esto como la

intención del artista de ocultar su identidad real, quizá por haber trabajado en un contexto de ilegalidad. Foda Crew es el nombre grupal o corporativo que identifica a tres graffiteros de la ciudad, el propio Lacast, Chun Li y Mat C.

En este trabajo, se ve una intención del autor real de transformar el espacio público tradicional, realizando en una pared abandonada del macrocentro de la ciudad de Rosario, una pared que no se creó para tal fin, una intervención artística urbana sin recaer en la necesidad de leyendas y textos escritos.

Con tan sólo observar esta pieza, estableciendo una comparación con los graffiti analizados con anterioridad o con otros similares, resulta lógico dar cuenta que las condiciones de producción y realización de éste último no se asemeja a los tipos anteriores y, por otra parte, las valencias que definen a un graffiti según Armando Silva Téllez, que fueron postuladas en el artículo trabajado en el correr del presente capítulo, se observarían con menor intensidad en el graffiti mural.

¿Aparecen las siete características en esta pieza? Podría decirse que el graffiti mural se presenta en el espacio urbano desde un lugar marginal, al ponerse en relación con otras prácticas comunicacionales que aparecen en el espacio público de manera legítima, como por ejemplo, la publicidad o la propaganda política oficial. En este sentido, el mural reviste la característica de **marginalidad**. Asimismo, es marginal cuando pide ser “tomado” como una crítica al orden establecido y legitimado.

En cuanto al **anonimato**, si bien la pieza no lleva inscripto el nombre y apellido de su autor, tiene una firma artística –*Lacast*- y la firma colectiva del grupo al cual forma parte el graffitero rosarino –*Foda Crew*-, por lo tanto esta valencia no aparece en el caso estudiado. La tercera valencia del graffiti, según Silva Téllez, es ser **espontáneo** que se vincula con la circunstancia psicológica del graffitero de aprovechar el momento para la elaboración de su pintada. Como ya se ha indicado en este texto, la producción así como la puesta en escena de un graffiti mural demanda mayor tiempo que la realización de uno de tipo lexical o de un estencil por lo que desde esta óptica, podría no ser considerado espontáneo.

El concepto de **escenidad**, por su parte, sí se observa con mayor fuerza en la pieza trabajada. Aquí el graffitero trabajó la gama de colores de spray que usaría para realizar el mural, así como también trabajó sobre el soporte, una pared abandonada en la que no tuvo permiso del frentista para plasmar la pintada. Las características del primate también tienen que ver con la escenidad, porque las formas y expresiones logradas provocan impacto en el

viandante que aprecia la pieza. La próxima valencia es la **velocidad** que alude al tiempo mínimo de elaboración de la pintada. Si bien los graffiteros de murales son, en general, diseñadores acostumbrados a la realización de estas obras, una pieza de semejante tamaño no se lleva a cabo en cuestión de minutos como otras pintadas del tipo analizado en la primera parte de este capítulo, por lo que esta valencia no se aplicaría en dicho caso. Lo mismo ocurriría con la **precariedad**, aunque se trata de aerosoles en este trabajo se utilizan diferentes colores de spray y se combinan dos técnicas, el aerosol a mano alzada así como la técnica de estencil.

La séptima y última valencia postulada por el escritor colombiano es la **fugacidad**, que se asocia a la corta vida de un graffiti en el espacio urbano. A diferencia de las pintadas lexicales, que muchas veces son consideradas por los ciudadanos como una acción vandálica que sólo pretenden ensuciar la ciudad, los murales se relacionan con el arte público, por lo que generan otro tipo de impacto en el transeúnte aun cuando el sentido de la transgresión presenta una mayor fuerza. Parecería que este modo de plasmar un pensamiento o una concepción del mundo, incluso cuando existe una prohibición institucional de pintar un espacio público, no “molesta” tanto al viandante como sí lo haría si ese mismo concepto se expresara, por ejemplo, en una frase escrita rápidamente con un spray.

En reiteradas oportunidades, en el presente trabajo, se ha expresado que este tipo de graffiti tiene condiciones de realización distintas a la de un graffiti de tipo textual. Al término del análisis de cada una de las siete valencias, es más sencillo dar cuenta de esa afirmación ya que algunas de ellas no aplican en el mural.

¿Por qué es posible analizar esta pieza como un “paquete textual”? Porque se trata de un todo, de un conjunto compuesto por una pluralidad de materias significantes, entre las que aparecen también elementos extra textuales. En este sentido, la pieza no se aborda como una mera imagen, al contrario, funciona como un texto, término que no se limita únicamente a la escritura.

En el escrito Teoría de la enunciación y discursos sociales, Sophie Fisher manifiesta que los paquetes textuales “comportan entrelazamientos de disposiciones significantes que reenvían a operaciones de naturaleza diferente” (Fisher, 1986).

En su condición de texto, este graffiti mural emplazado en una pared de Rosario, coexiste y dialoga con otros discursos, oficiales, hegemónicos y de distinta índole, que deambulan por la ciudad. La pieza, como otras similares que pueden encontrarse recorriendo las calles, transmite nuevos sentidos y produce nuevas significaciones sobre el mundo.

A través del análisis del mural, es posible desentramar e interpretar los diversos sentidos de la propia realidad social.

Se dice que en la actualidad vivimos en una sociedad mediatizada o hipermediatizada por la influencia, en constante crecimiento, que los medios de comunicación o, en términos ingleses, “mass medias” imprimen sobre la sociedad. A menudo, la televisión, la radio, los diarios y las revistas reflejan la cultura de la época de un lugar determinado, mientras que, al mismo tiempo, crean nuevas necesidades en la vida de los individuos proponiendo, constantemente, imaginarios colectivos, es decir, presentan una mixtura de imágenes y de representaciones de lo que experimentamos, esperamos, deseamos y también, soñamos.

Vivimos y somos parte de una sociedad que está, gran parte del día, conectada con la información a través de los diferentes medios de comunicación y conectados, con otros pares, mediante teléfonos móviles, laptops, tablets y ordenadores cada vez más sofisticados que posibilitan una instantaneidad y velocidad en la comunicación, increíbles.

El uso de las redes sociales como WhatsApp, Skype, Facebook, Twitter o Instagram, entre otras, a través de estos dispositivos tecnológicos es para muchos un modo de facilitar la comunicación y los lazos entre personas con intereses y gustos similares, aunque, hay quienes se cuestionan si los mismos reemplazan y “destruyen” las relaciones intrapersonales.

En esta era informática, la información circula por los diferentes medios digitales y redes sociales a una velocidad llamativa; en un abrir y cerrar de ojos podemos conocer qué ocurre en este momento, en otra parte del globo terráqueo aunque estemos a miles de kilómetros. Los avances tecnológicos facilitan la comunicación en todas partes y a toda hora.

¿Qué ocurre, entonces, con la comunicación que una práctica de antaño como la del graffiti ha tomado un impulso destacado en los últimos años? ¿Hay espacio para todo tipo de información en los medios de comunicación masivos y oficiales? ¿Será que no todos tienen voz en estos canales?

Como hemos visto en el transcurso de este trabajo de investigación la marcha por Ni Una Menos, en 2015, marcó un punto de inflexión en la ciudad de Rosario, no sólo por la multitudinaria participación ciudadana en una manifestación contra una problemática extrema, sino también, por el impulso que tomó el graffiti como instrumento de denuncia y de reclamo social. Como ya hemos dicho, al día siguiente, la ciudad de Rosario amaneció distinta por la gran cantidad de pintadas que se inscribieron en cada rincón del espacio urbano, sobre todo, por las calles donde se movilizaban los ciudadanos. La paradoja es que en una sociedad tan mediatizada como la que nos encontramos inmersos, el despertar de la conciencia ciudadana sobre esta problemática se haya gestado en la calle, por un colectivo de mujeres luchando contra



la violencia patriarcal y por unas pintadas con mensajes fuertes que se reproducían en cada muro de la ciudad.

Me atrevería a decir que este acontecimiento es el resultado de una falta o ausencia de espacios legitimados donde canalizar y debatir la problemática social; a su manera, el movimiento feminista supo darle voz y forma a un tema que los medios de comunicación oficiales no estaban siendo capaces de representar:

“Esos movimientos se constituyen a un mismo tiempo desde la experiencia cotidiana del desencuentro entre demandas sociales e instituciones políticas y desde la defensa de identidades colectivas que tienen formas propias de comunicación” (Barbero, 2015: 20).

La práctica del graffiti se presenta en la ciudad, hoy en día, como una alternativa para visibilizar nuevas luchas y desviar la atención de los grandes flujos informacionales que circulan con dinamismo por los diversos medios masivos de comunicación. A partir del graffiti, movimientos como el feminista, como así también los movimientos étnicos, homosexuales y tantos otros que hay en la ciudad, intentan ganar el territorio cultural en la calle, desde la propia autogestión, desde el propio impulso.

La práctica del graffiti se trata, sin lugar a dudas, de una práctica de comunicación, pero se trata de una forma de comunicación que pasa por fuera de los medios oficiales reconocidos y legitimados, aquellos que se presentan con tecnología importada; es una comunicación que está por fuera de cualquier “mass medias”.

Lo mismo ocurre con los graffitis que aluden a la época y, sobre todo, a lo acontecido durante la última dictadura cívico-militar en Argentina. Temas como los desaparecidos, los reclamos por la justicia y por el castigo así como también, los reclamos por la verdad sobre los crímenes del Estado no forman parte, habitualmente, de la agenda mediática. Sólo se registran en fechas particulares o cuando surgen novedades en causas judiciales o casos determinados. Por lo tanto, el graffiti, ya sea el abordado en este trabajo u otros de consigna similar que circulan por las paredes de la ciudad, interpelan sin restricción ni barreras al transeúnte, en todo momento, todos los días.

**¿De qué manera la comunicación interpela al ciudadano a través de estos graffitis?**



La comunicación está ahí, a diario, en todo momento. A veces, ella nos interpela y, otras veces, somos nosotros quienes nos apropiamos de ella para diferentes propósitos. Separarse de la comunicación es, prácticamente, imposible. En oportunidades la comunicación nos interpela desde un carácter informativo, sea para el relato de un acontecimiento periodístico, un instructivo para elaborar una torta o aprender a manipular una aspiradora, o un cartel que nos indica a cuántos metros se ubica un punto de interés recreativo en la ciudad; en otras, la comunicación nos convoca desde la producción de nuevos sentidos y, en otras ocasiones, nos servimos de la comunicación para interpelar la dinámica social y operar, a partir de ello, de forma crítica, por ejemplo.

En el primer caso analizado, los graffitis apelan a la complicidad con el transeúnte y pretenden, desde el mensaje mismo, generar un despertar de la conciencia ciudadana llamando, sobre todo, a la reflexión.

Graffiti como *“Ni cuan puta justifica la muerte”* indaga, inevitablemente al lector y en consecuencia, lo interroga sobre sus propias preguntas, sobre los propios dichos que aparecen ante un nuevo caso de acoso sexual y, en el más dramático de los casos, un femicidio; graffitis como éste interpelan sobre los propios preconceptos y prejuicios.

Asimismo, vale destacar que no están inscriptos en paredes tomadas al azar; al contrario, se ubican en calles concurridas, con gran alcance a toda la ciudadanía, en el microcentro de la ciudad; hay detrás de cada uno una estrategia propiamente de comunicación.

En lo que respecta al segundo caso abordado, allí el mensaje nos interpela a cada uno desde la memoria y provoca, en quien lo reconoce, una conexión directa con años pasados transitados por nuestro país.

En la modernidad líquida que estamos viviendo, tal como la define y propone el sociólogo Zygmunt Bauman, donde los vínculos que unen a los humanos son débiles y donde lo importante y trascendental parecería ser sólo el hoy, es decir, el presente mismo, el concepto de memoria por los años pasados parecía estar cada vez más licuado.

Ante esta realidad, ese graffiti, pintado nada más ni nada menos que en una pared del edificio de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Rosario, nos interpela a todos, acerca de nuestro pasado y, justamente, lo mantiene vivo en el presente:

“...la escritura es erigida a partir de ella misma, no tanto para decir, para mostrar o para enseñar algo, sino para estar presente” (Foucault, 1968: 34).

En cuanto a la tercera pieza, el graffiti mural del artista Lacast, como tantos otros murales pintados por la ciudad, nos interpela poniendo en juego los sentidos. Desde el arte, el graffiti mural invita al transeúnte a su reconocimiento pero, además, a la construcción de un nuevo discurso sobre la ciudad y el mundo.

Estos graffitis irrumpen en la cotidianeidad del espacio urbano con la intención de provocar en los receptores una dispersión de la imaginación misma para crear nuevas imágenes y concepciones sobre el mundo en el que nos movemos y desarrollamos; imágenes y concepciones, sobre todo, alternativas o distintas a la que nos proponen los medios de comunicación de masas.

La obra, pintada por el graffitero, emana un nuevo discurso sobre la realidad en la que se encuentra sumergida y de la cual forma parte.

Una ciudad no se define sólo por su arquitectura, su ingeniería, su dinámica de tránsito o sus centros comerciales, una ciudad se define también, y sobre todo, por sus ciudadanos, por la forma en que ellos se reconocen en ella, se apropian de ella y la territorializan.

En una urbe configurada por flujos de informaciones dominantes y oficiales, la práctica del graffiti se instala como la forma de “ganar la calle” para darle batalla, desde la apropiación del espacio público, a las concepciones sociales, políticas y culturales instauradas en la sociedad.

La ciudad es una clave para entender la comunicación hoy en día y, en ella, poder desentramar cómo y de qué manera sus habitantes se comunican.

## **ANEXO**

### **Entrevista al artista rosarino Dimas Notas**

#### **¿Cómo surge lo que pintas?**

Cuando se trata de un pedido para un particular, ya sea para una empresa o un comercio, el trabajo se acuerda con la persona aunque, en algunas oportunidades, me lo dejan para que cree en libertad, para que lo labore yo a partir de las imágenes que ellos me proponen.

#### **¿Qué es lo que pintas?**

Mi trabajo es más artístico que el de otros graffiteros; hago murales en cualquier parte de la ciudad, en paredes que sean visibles y tengan impacto visual. Siempre dejo asentado mi teléfono y mi Facebook a modo de contacto. Encontré en la pared y en las redes sociales un medio donde publicitar mi trabajo.

#### **Llama la atención encontrar esos datos.**

Sí, creo que eso les da bronca a muchos otros graffiteros (risas). Porque la gran mayoría anda en el anonimato, pero yo lo uso como una promoción.

#### **¿De qué hablan tus pintadas?**

En algunos de mis murales aprovecho para hacer críticas o denuncias o para dejarle un mensaje a la gente. Por ejemplo, el mural pintado en la pared de un estacionamiento, ubicado en calle Mitre al 500, en el que Dios carga a una oveja negra es justamente porque creo que hay que darle lugar a todos, a los que son distintos, a los que no siguen lo mismo que el resto, pero que también tienen algo que decir. De todos modos, mi fin es, sobre todo, que la gente vea mis piezas y me convoque para trabajar.

#### **¿Cómo elegís la pared?, ¿Pedís permiso para intervenir?**

Voy por la ciudad mirando paredes, viendo lugares; si veo que una pared me sirve porque impacta visualmente, pido permiso a sus dueños para intervenirla. Yo cambio paredes destruidas por arte.

#### **¿Es ilegal la práctica?**

En cierto sentido uno se mueve en un contexto ilegal, pero cuando uno pinta un dibujo, como es en mi caso, no te dicen nada, ni la gente, ni tampoco la policía; es distinto cuando la pintada

tiene un mensaje político, futbolístico o es un escrache a alguien. A veces tienen dificultades los chicos que recién comienzan, los que son nuevos, sobre todo, aquellos que taguean, es decir, que hacen firmas. Ese es un trabajo distinto al mural que es a lo que yo me dedico. Lo que yo hago, podría decirse, que está permitido o es más aceptado por todos.

### **¿Formas parte de algún colectivo de graffiteros o pintas solo?**

Sí, siempre solo. En la ciudad hay muchos graffiteros pero cada uno trabaja solo; creo que hay bastante egocentrismo en este ámbito, no hay demasiada unión ni solidaridad entre los mismos artistas. Cada uno hace la suya acá.

### **Un espacio intervenido, ¿se puede volver a intervenir?**

Yo no toco paredes que ya fueron pintadas por otros, pero hay quienes sí lo hacen y me refiero a quienes militan en partidos políticos que muchas veces pegan carteles sobre la pintada, por ejemplo. Ahora, entre los graffiteros sí tenemos ese código y no nos metemos en una pared ya intervenida.

### **El graffitero, ¿territorializa el espacio de que pinta?**

El espacio que está pintado por mí está territorializado, pero no es mío.

## BIBLIOGRAFÍA

- Augé, M.** (2000). *“Los no lugares. Espacios del anonimato”*. Barcelona, España: Gedisa.
- Augé, M.** (2014). “La indignación se debe sobrepasar”. *Revista Bostezo*. Año 2. Vol. 6. p. 24 – 25.
- Bajtín, M.** (1982). “El problema de los géneros discursivos” en *Estética de la creación verbal*. México, Siglo XXI.
- Barbero, J. M.** (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*. N° 128. p. 13 – 29.
- Barthes, R.** (1986). *“Retórica de la imagen”*. Barcelona, España: Paidós.
- Berman, M.** (1988). *“Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la Modernidad”*. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores.
- Bitonte, M. E.** (2008). “La socio-semiótica como forma de pensamiento crítico. De la teoría al trabajo sobre configuraciones materiales”. *Revista Perspectivas de la Comunicación*. Vol. 1. N° 2. P. 59 – 71.
- De Certeau, M.** (1974). *“La invención de lo cotidiano I: Artes del hacer”*. Gallimard.
- Fisher, S. y Verón E.** (1986). *“Teoría de la enunciación y discursos sociales”*. París, Francia: *Etudes de Lettres*, Lausanne.
- Foucault, M.** (2014). *“El bello peligro”*. Buenos Aires, Argentina: Intezona.
- Gándara, L.** (2002). *“Graffiti”*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- García Canclini, N.** (1997). *“Imaginarios Urbanos”*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Jauss, H. R.** (1987). *“Estética de la recepción”*. Madrid, España: Arco libros.
- Kózak, C.** (2004). *“Contra la pared: sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas”*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Rojas.
- Kózak, C.** (2008). “No me resigno a ser pared. Graffitis y pintadas en la ciudad artefacto”. *Revista La roca de crear*. Vol 2. p. 36 – 36.

**Kózak, C.** (2011). “*El graffiti es un subproducto de la ciudad*”. Recuperado de: <http://www.escritosenlacalle.com/blog.php?Blog=68>

**Le Breton, D.** (2002). “*Antropología del cuerpo y modernidad*”. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

**Marx, K y Engels, F.** (1848). “*Manifiesto del Partido Comunista*”. Recuperado de: <https://sociologia1unpsjb.files.wordpress.com/2008/03/marx-manifiesto-comunista.pdf>

**Massey, D.** (2012). “Espacio, lugar y política en la coyuntura actual” en *Revista Urban*. NS04, Tribuna/Tribune, p. 7 – 12.

**Monzón, A.** (5 de agosto de 2016). “Arte, arte, arte: Rosario la ciudad de los murales”. *Rosario3*. Recuperado en: <https://www.rosario.com/multimedia/Arte-arte-arte-Rosario-la-ciudad-de-los-murales-20160803-00025.html>

**Paz, O.** (1983). “*El arco y la lira*”. México: Fondo de Cultura Económica. Edición electrónica: <http://www.ecfrasis.org/wp-content/uploads/2014/06/Octavio-Paz-El-arco-y-la-lira.pdf>

**Pi Arias, M. C. y Contreras, R. N.** (2007). “*Del grabado rupestre al graffiti*”. Recuperado en: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=22138>

**Ruiz Delgado, M.** (2001). “*Etnografía del Espacio Público*” en *Espacio y territorio, miradas antropológicas* - Provansal Danielle. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.

**Silva Téllez, A.** (2006). “*Imaginarios urbanos*”. Bogotá, Colombia: Arango Editores.

**Silva Téllez, A.** (2012). “*La ciudad como comunicación*”. Recuperado de: [http://rodolfogiunta.com.ar/Historia%20urbana/La%20ciudad%20como%20comunicacion%20\(Armando%20Silva\).pdf](http://rodolfogiunta.com.ar/Historia%20urbana/La%20ciudad%20como%20comunicacion%20(Armando%20Silva).pdf)

**Verón, E.** (1988). “*La semiosis social*”. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.

A Clara, por aceptar ser guía en este camino, por su interés y compromiso, por su trato cálido.

A mis papás, por su amor y acompañamiento, por soltar las amarras y dejarme zarpar el buque en busca de mis propias conquistas y aventuras.

A Nico y a Lu, por la convivencia maravillosa, y a Manu, por esperarme siempre en casa con los brazos abiertos.

A la Familia del Gremlin, los hermanos que me dio la comunicación.

A las que se sumaron en el camino, por hacer del cursado una experiencia inigualable.

A mis amigos, por el empuje y por celebrar cada avance como propio.

A Fede, por ser sostén, por el amor, la compañía y los motivos infinitos.

